

20 giugno 2017

Nuova collaborazione tra Nimai e la Collezione Peggy Guggenheim

Categoria: Comunicazione online, siti e concorsi web



Una collaborazione letteralmente a regola d'arte quella che lega Nimai, Digital Agency, specializzata nella realizzazione di strategie e campagne digitali e contenuti cross-platform per web, mobile e social media, e la Collezione Peggy Guggenheim di Venezia. La sinergia nasce in occasione del 25° anniversario di Guggenheim Intrapresæ, primo progetto di Corporate Membership in un museo italiano, che ha fatto del sostegno alle attività del museo veneziano il proprio fiore all'occhiello, rendendo possibile una programmazione espositiva e culturale dinamica e originale.

Guggenheim Intrapresæ, nato 25 anni fa, è diventato un network unico per vocazione e innovazione che si impegna a diffondere la passione per l'arte portando avanti una visione del fare cultura

attraverso l'impresa puntando su aziende, nazionali e internazionali, che, proprio della cultura, fanno il loro motore di crescita.

Un modo nuovo per superare l'ottica dei singoli sponsor promuovendo un cultural engagement coraggioso e incentrato sui vantaggi propri dell'ottica del fare rete: questo il messaggio che ha guidato l'attività di Nimai, con l'obiettivo finale di aumentare l'awareness nel segmento B2B di riferimento del network attraverso una digital strategy dedicata a raccontare e ad amplificare i vantaggi dell'adesione ai valori di Intrapresæ.

Nimai ha utilizzato una vera strategia multicanale realizzata attraverso una serie di iniziative coordinate per amplificare il carattere disruptive di un autentico luogo di incontro e di cultura costituito da aziende differenti ma accomunate dai medesimi intenti, capaci di distinguersi per il mecenatismo e per il contributo consapevole rivolto alla crescita del proprio territorio di appartenenza e operatività e ottenere, così, sempre maggiori adesioni al network.

Un impegno che si è concretizzato intorno al claim #disegniamoilfuturo relativo alle celebrazioni del 25mo anniversario del network in occasione del quale Nimai ha curato sia il video campaign che i progetti social con protagonisti tre noti influencer che hanno raccontato, dal loro punto di vista, lo speciale cultural engagement di Guggenheim Intrapresæ.

In primis il video, dal forte carattere emozionale, capace di enfatizzare le caratteristiche d'avanguardia che connotano l'essenza di Intrapresæ, esaltando l'apporto delle 21 aziende che condividono la passione per l'arte e per la sua diffusione. Una sequenza di immagini e disegni che prendono vita l'una dall'altra diventano un invito alla scoperta dei 25 anni di storia del network, puntando sulla condivisione dei contenuti e sulla cornice iconica di un luogo, il celebre museo veneziano, che diventa focus dei protagonisti coinvolti.

Enfatizzando il ruolo dei claim #disegniamoilfuturo e #condividiamopassione il video si rivolge a tutti, con un focus particolare sulle realtà nazionali e internazionali leader nel proprio settore di riferimento e connotate da un forte impegno nella social responsibility proprio per sensibilizzare il cultural engagement e il rapporto tra arte e mondo produttivo.

Un tema, questo, che è stato al centro dell'incontro "Fabbricatori di cultura. Dal modello Guggenheim Intrapresæ a nuove forme di creatività aziendale", incontro clou dell'anniversario, di Guggenheim Intrapresæ, che ha visto alternarsi sul palco della Bologna Business School nomi di spicco del panorama industriale italiano e di cui Nimai ha dato una lettura originale dal punto di vista specificatamente social. Sono intervenuti imprenditori del calibro di Anna Zegna, presidente della Fondazione Zegna, Enrico Loccioni, Presidente del Gruppo Loccioni, Giovanna Forlanelli, General Manager di Rottapharm Biotech S.r.l. e Vice Presidente Fondazione Luigi Rovati, Thomas Girst, Global Head of Cultural Engagement del Gruppo BMW, "European Cultural Manager of the Year" 2016 e Alessandro Chiesi, Head of Europe di Chiesi Farmaceutici S.p.A. e Presidente Associazione "Parma, io ci sto!"

Grazie all'apporto di 3 influencer di settore è stato creato un link virtuoso tra loro e Guggenheim Intrapresæ, per costruire un racconto, con parole e immagini, declinato sui social, la cui content strategy era volta a enfatizzare il carattere innovativo di una collaborazione tra la realtà museale e alcune imprese che rappresentano l'eccellenza del made in Italy, accomunate dalla volontà di essere catalizzatori di cultura, creatività e innovazione.

"Il focus dei nostri messaggi è sempre stato il sottolineare il valore differenziale di Guggenheim Intrapresæ rispetto alle altre realtà: una Corporate Membership tutta italiana, volta al sostegno di attività culturali dallo stampo fortemente imprenditoriale capace di cambiare il modo di percepire l'arte", ha commentato Davide Maggi, CEO di Nimai.

GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE

CREATIS

DGT MEDIA

IMPEDIA

VISION GROUP

NET-UNO

SITE BY SITE

TLC WEB SOLUTION

WEBSOLUTE

YOUNG DIGITAL S

PRODUZIONE

ALTO VERBANO

AREASTREAM

BEDESCHIFILM

BLOWUPFILM

BOTTEGACINEMA

CLICCA QUI PER VEDERE TUTTI GLI OPERATORI